

#### **4. AKAZ Treffen bei Mercedes-Benz Classic Archives In Stuttgart am 15. November 2012**

##### **Arbeitsthema:**

**„Zentralarchiv ja oder nein?“**

##### **Vortrag 1**

Das diesjährige Treffen hat sich dem Thema „Zentralarchiv ja oder nein?“ gewidmet. Alle Wirtschaftsunternehmen unserer Branche sind global tätig. Sie verfügen über weltweit verteilte Produktionsstandorte oder über mehrere Marken oder über unterschiedliche Produkte. Durch Zusammenschlüsse oder Akquisitionen sind die Unternehmen gewachsen und mit ihnen auch die Archive. Die zentralen Fragen unseres Treffens lauteten nun:

1. Wie gehen man mit einer Vielzahl von Unternehmens, Produkt-, Marken, Standortarchiven im Konzern um?
2. Welche Erfahrungen haben wir gemacht?
3. Wie können wir effizienter arbeiten und uns darstellen?

Da viele Archive diese Situation kennen oder Strukturänderungen in dieser Hinsicht bevorstehen, war diese Fragestellung ein interessanter Ansatz für einen umfassenden Erfahrungsaustausch.

Rlaph Plagmann,  
Unternehmensarchiv der Audi AG,  
Werk Neckarsulm

##### **Vortrag 2**

##### **Dezentral – kundennah. Das Archivnetzwerk der Michelin Gruppe**

Reifen, Sterne, Reiseführer und mehr: Die Michelin Gruppe fördert mit ihren Produkten seit fast 125 Jahren individuelle Mobilität. Die lange Tradition des Unternehmens spiegelt sich in Objekten und Unterlagen, die in den Archiven der Gruppe, dem Michelin Heritage, bewahrt werden.

Das Archiv der Konzernzentrale und verschiedene Regionalarchive befinden sich unter dem gemeinsamen Dach der Abteilung „Communication and Brands“ und unterliegen einheitlichen strategischen Vorgaben, sind unterhalb dieser Dachebene jedoch organisatorisch unterschiedlich angebunden. Austausch und Kooperation in Form eines dezentralen Netzwerks sichern den Erfolg ihrer Arbeit. Dabei fungiert das Heritage der Konzernzentrale als Moderator. Die Regionalarchive können ihre archivischen und unternehmenshistorischen Aktivitäten an landesspezifischen Besonderheiten ausrichten. Gleiche Sprache und Kultur sorgen für Kundennähe.

Gesine Marek, Leiterin  
Michelin Archiv Deutschland,  
Karlsruhe

### **Vortrag 3**

#### **Zentralisierung oder Dezentralisierung?**

#### **Entwicklung der Archive von 1936 bis zum Mercedes-Benz Classic Archive in 2007**

Mit der Verwaltungs-Anordnung Nr. 1145 vom 9. Dezember 1936 beginnt der systematische Aufbau der Archive und die Zusammenführung von Dokumenten der Daimler-Benz AG, der Daimler-Motoren-Gesellschaft (DMG) und der Benz & Cie. Ab 1941 beginnende Auslagerung vorhandener Archivbestände. 1948 kommt das gesamte Archiv zurück auf das Werksgelände von Untertürkheim. 1998 erfolgt die Fusion der Daimler-Benz AG mit der Chrysler Corporation und die Umbenennung des Archivs in DaimlerChrysler Konzernarchiv mit Sitz in Untertürkheim und Auburn Hills/USA. Bestände und Zuständigkeiten verbleiben jeweils in Stuttgart-Untertürkheim und Auburn Hills/USA.

2007 erfolgt die Gründung der Daimler AG (Demerger von Daimler und Chrysler) und die Umbenennung in Mercedes-Benz Classic Archive durch die neue Anbindung an Brand Communications statt PR/Öffentlichkeitsarbeit und Schaffung des Bereichs Classic mit dem Museum, Archiven, Center und Clubs.

Drei Standorte in Untertürkheim, Möhringen, Fellbach mit ca. 15.000 lfd. m Artefakte, Dokumenten, Sammlungsgut, ca. 4 Mio. Fotos, Negative, Dias, über 4.000 Filmen und Videos, 600 Audioeinheiten, 12.000 Büchern, 900 Fahrzeugen und Exponaten.

Aktuelle Struktur: Unternehmens- und Medienarchiv, Produktarchiv, Sammlung und Archivbibliothek

#### **Zusammenfassung**

Mit der Verwaltungs-Anordnung Nr. 1145 beginnen 1936 der Aufbau der Archive und das zielgerichtete Sammeln von Dokumenten und Artefakten in der Daimler-Benz AG. Mit der Konzern-Archivierungsrichtlinie A 7.1 von 2010 gehen die Archive aktiv auf die Bereiche und Märkte des Unternehmens zu, um eine Sensibilisierung im Umgang mit archivgerechtem Material zu bewirken.

Archive und Museum bilden zusammen die Geschichte des Unternehmens ab. Die Archive sind das Gedächtnis von Unternehmen und Marke. Die Archive sind das Fundament für Visionen, Ideen und Innovationen. Die Archive bilden in ihrer Gesamtheit ein Kompetenzzentrum für die Vergangenheit, Gegenwart und die Zukunft des Unternehmens.

Uwe Heintzer, Manager  
Daimler AG, Mercedes-Benz Cars  
Brand Communications  
Mercedes-Benz Classic Archives

#### **Vortrag 4**

#### **„Zentralarchiv ja oder nein?“**

##### Wann steht eine solche Entscheidung an und für wen stellt sich die Frage?

Immer dann, wenn sich das Gesamtunternehmen verändert. Z.B. durch Größe des Betriebes, Zusätzliche Standorte, Verselbständigung der Organisationen, neue Auslandsgeschäfte, andere Kulturkreise, unterschiedliche Sprachen.

##### Was soll mit einer Zentralisation erreicht werden?

Abbau von Redundanzen, Effizienzsteigerungen ( höhere Produktivität), umfassende Übersicht über Ressourcen, Standardisierung der Abläufe, hohe Kundenzufriedenheit.

##### Welche Möglichkeiten können aufgezeigt werden?

- I      Eigenständigkeiten behalten
- II     Teilintegration
- III    Vollintegration (Zentralisation)

##### Zusammenfassung

Eine allgemein gültige Empfehlung kann es nicht geben, da eine Vielzahl von Einflussfaktoren für eine Entscheidung ausschlaggebend ist. Grundsätzlich gilt:

Erledigung der Kundenanfragen soll idealerweise an der Stelle erledigt werden, wo das historische technische und/oder kaufmännische Wissen vorhanden ist. Das Ergebnis soll sein.

Steigerung von Qualität und Produktivität (Quantität) sowie Kostenreduktion und Imagegewinn

Eine ENDLÖSUNG und oder einen KÖNIGSWEG gibt es nicht  
Zentralisieren wo möglich, Dezentralisieren wo nötig

Ralph Plagmann  
Unternehmensarchiv der Audi AG  
Neckarsulm